



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

TITLE

PENGARUH KESADARAN MEREK, PERBANDINGAN SOSIAL DAN INOVASI FASHION TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK FASHION MEWAH DENGAN SIKAP TERHADAP PEMBELIAN PRODUK FASHION MEWAH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI WILAYAH BANDA ACEH)

ABSTRACT

ABSTRAK

Penelitian ini menguji faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen Banda Aceh terhadap pembelian produk fashion mewah dan dampaknya terhadap niat pembelian. Data yang dikumpulkan terpusat di satu wilayah yaitu Banda Aceh. Sebanyak 100 responden dimasukkan. Menggunakan Hierarchical Linear Modelling (HLM), hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian konsumen pengguna produk fashion mewah di Banda Aceh. 2) Perbandingan sosial berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian konsumen pengguna produk fashion mewah di Banda Aceh. 3) Inovasi fashion berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian konsumen pengguna produk fashion mewah di Banda Aceh. 4) Kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen Banda Aceh terhadap pembelian produk fashion mewah. 5) Perbandingan sosial berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen Banda Aceh terhadap pembelian produk fashion mewah. 6) Inovasi fashion berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen Banda Aceh terhadap pembelian produk fashion mewah. 7) Sikap berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian konsumen pengguna produk fashion mewah di Banda Aceh. 8) Sikap memediasi secara parsial pengaruh kesadaran merek terhadap niat pembelian konsumen pengguna produk fashion mewah di Banda Aceh. 9) Sikap memediasi secara parsial pengaruh perbandingan sosial terhadap niat pembelian konsumen pengguna produk fashion mewah di Banda Aceh. 10) Sikap memediasi secara parsial pengaruh inovasi fashion terhadap niat pembelian konsumen pengguna produk fashion mewah di Banda Aceh.

Kata Kunci : Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap pembelian produk fashion mewah, Niat Pembelian, Hierarchical Linear Modelling (HLM).

ABSTRACT

This study examined influencing factors that affect Banda Aceh consumers attitude towards purchasing luxury fashion goods and purchase intent. The data collected is concentrated in one region of Banda Aceh. A total of 100 respondents were included. Using Hierarchical Linear Modelling (HLM), the results indicated that : 1) Brand Awareness significant effect on Banda Aceh consumers purchasing intention for luxury fashion goods. 2) Social comparison significant effect on Banda Aceh consumers purchasing intention for luxury fashion goods. 3) Fashion innovativeness significant effect on Banda Aceh consumers purchasing intention for luxury fashion goods. 4) Brand awareness significant effect on attitude towards purchasing luxury fashion goods among Banda Aceh consumers. 5) Social comparison significant effect on attitude towards purchasing luxury fashion goods among Banda Aceh consumers. 6) Fashion innovativeness significant effect on attitude towards purchasing luxury fashion goods among Banda Aceh consumers. 7) Attitude towards purchasing luxury fashion goods among Banda Aceh consumers significant effect on Banda Aceh consumers purchasing intention for luxury fashion goods. 8) Attitude partially mediates the effect of brand awareness on Banda Aceh consumers purchasing intention for luxury fashion goods. 9) Attitude partially mediates social comparison influence on Banda Aceh consumers purchasing intention for luxury fashion goods. 10) Attitude partially mediates fashion innovativeness influence on Banda Aceh consumers purchasing intention for luxury fashion goods.

Keyword : factors that affect consumers attitude towards purchasing luxury fashion goods, purchase intent, Hierarchical Linear Modelling (HLM).